

**PENGARUH LOKASI USAHA DAN HARGA PASAR MALAM DI
PALANGKA RAYA TERHADAP EKONOMI MASYARAKAT
SEKITAR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian Munaqasyah
dan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

LUBERTO HAZMI
NIM. 140 212 0326

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM PRODI EKONOMI SYARI'AH
TAHUN 2018 M / 1440 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH LOKASI USAHA DAN HARGA PASAR
MALAM DI PALANGKA RAYA TERHADAP EKONOMI
MASYARAKAT SEKITAR.**

NAMA : LUBERTO HAZMI

NIM : 1402120326

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Oktober 2018

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M.SI.

NIP. 197402011999031002



Fuad Muhajirin Farid, M.Si

NIP: 198807112016092522

Mengetahui

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

Plt. Ketua Prodi

Ekonomi Syariah



Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI

NIP. 195406301981032001



Ali Sadikin, M.SI

NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : Mohon Diuji Skripsi

Palangka Raya, Oktober 2018

Saudara Luberto Hazmi

Kepada

Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi

IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **LUBERTO HAZMI**

Nim : **1402120326**

Judul : **PENGARUH LOKASI USAHA DAN HARGA
PEDAGANG KAKILIMA PASAR MALAM DI
PALANGKA RAYA TERHADAP EKONOMI
MASYARAKAT SEKITAR**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

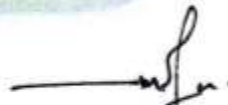
Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M.SI.

NIP. 197402011999031002



Fuad Muhajirin Farid, M.Si

NIP: 198807112016092522

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**PENGARUH LOKASI USAHA DAN HARGA PASAR MALAM DI PALANGKA RAYA TERHADAP EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR**" oleh Luberto Hazmi NIM : 1402120326 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : Palangka Raya, 27 Oktober 2018

Tim Penguji

1. **Dra.Hj.Rahmaniar, M.SI**
Ketua Sidang
2. **Enriko Tedja Sukmana, M.SI**
Penguji I
3. **Ali Sadikin, M.SI**
Penguji II
4. **Fuad Muhajirin Farid, M.Si**
Sekretaris Sidang

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

(.....)
Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI
NIP. 195406301981032

PENGARUH LOKASI USAHA DAN HARGA PASAR MALAM DI PALANGKA RAYA TERHADAP EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR

ABSTRAK

Sebagaimana kita tau pasar adalah sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lain kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat tinggal (rumah). Seiring berjalannya waktu dan seiring berkembang nya jaman pasar pun ikut berkembang dengan adanya pasar malam, sesuai dengan namanya pasar malam adalah pasar tradisional yang buka pada malam hari dengan skala yang lebih kecil dari pada pasar pada umumnya.

Untuk itu penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh lokasi pasar dan harga pedagang kaki lima pasar malam di Palangka Raya terhadap ekonomi masyarakat sekitar, bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi pasar dan harga terhadap ekonomi masyarakat sekitar) dengan menggunakan program SPSS 18.0.

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau bisa disebut dengan *field research*, dan melakukan analisis data dengan uji Regresi berganda. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku pasar malam dipalangkaraya menurut lokasi yang saya teliti ± 200 orang. Sedangkan sampel penelitian berjumlah 133 responden pelaku pasar malam, dan dari jumlah responden tersebut diberikan angket untuk dijawab. Dari hasil uji coba instrumen yang dilakukan pada 133 responden dengan jumlah 12 item pernyataan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai F (serentak) sebesar 9.192 Apabila menggunakan F tabel sebesar 3.07 maka artinya ada pengaruh secara signifikan antara lokasi pasar dan harga secara simultan terhadap Ekonomi masyarakat sekitar. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,101 yang dapat diartikan bahwa variabel lokasi pasar dan harga mempunyai pengaruh sebesar 10.1 % terhadap variabel ekonomi masyarakat sekitar, sedangkan 89.9%, lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel lokasi pasar dan harga.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Ekonomi masyarakat sekitar.

THE INFLUENCE OF BUSINESS LOCATION AND NIGHT MARKET IN PALANGKA RAYA TOWARD THE ECONOMY OF THE SURROUNDING SOCIETY

ABSTRACT

As we know that market is a place to meet between sellers and buyers in order to do an economic transaction that is selling and buying goods and services or economic resources and other factors of human needs besides food and residence. As time goes by, market is also developing with the existence of night market. As like as the name, night market is a traditional market which open in the night with a smaller scale than other market generally.

This research will focus on the influence of business location and night market street vendors prices in Palangka Raya toward the economy of the society around which aims to know the influence of business location and price toward the society economy around by using SPSS 18.0 program.

Quantitative research is the type of this research. This research is a direct research or well known as field research, and analyse the data with multiple regression test. The population of the research is all the night market subjects in Palangka Raya around +- 200 people. In another side, the research samples are 133 respondents in which they has been given a questionnaire to be answered. Based on the result of instrumental trial test that is done at 133 respondents with 12 question items.

The result of this research shows that F value (simultaneous) is 9.192. If using F table of 3.07, it means there is a significant influence between the types of clothing product and the price determining toward the product demand simultaneously. The research result also describes that R square value is 0.101, it means that market location variable and price have the influence at 10.1% toward the society economy around, while 89.9% is influenced by external factors from the market location and price variable.

Keyword: Location, Price, Society Economy Around

KATA PENGANTAR

Bissmillaahirrohmaanirrohiim

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayyah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul “**Pengaruh Lokasi Usaha Dan Harga Pasar Malam Di Palangka Raya Terhadap Ekonomi Masyarakat Sekitar**” dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dari beberapa pihak, baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ibnu AS. Pelu, SH, MH selaku Rektor Istutut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Ibu Drs. Hj. Rahmaniar, M.SI selaku DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Ali Sadikin, M.SI. selaku dosen pembimbing akademik dan juga selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga dan sabar dalam membimbing sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Fuad Muhajirin Farid, M. Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan sangat sabar dalam membimbing dan juga memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah meluangkan waktu, materi, tenaga untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan.

6. Semua teman-teman program studi Ekonomi Syari'ah angkatan 2014, khususnya para sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis dalam membuat skripsi ini semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. *Amin Yaa Robbal Alamin.*

Palangka Raya, Oktober 2018

Penulis,

LUBERTO HAZMI
NIM. 1402120326



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi Usaha Dan Harga Pasar Malam Di Palangka Raya Terhadap Ekonomi Masyarakat Sekitar”** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2018

Yang Membuat Pernyataan



LUBERTO HAZMI
NIM. 140212032

MOTTO

إن الشيطان والإثم في حضان البيع والشوب وابد يعكم بالصدقيا معشر التجار

“Wahai para pedagang, sesungguhnya setan dan dosa hadir dalam jual-beli. Maka iringilah jual-belimu dengan banyak bersedekah”

(HR. Tirmidzi 1208, ia berkata: “Hadits ini hasan shahih”)



PERSEMBAHAN

AlhamdulillahirabbilAlamiin,, Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah SWT karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat ku kasihi dan ku sayangi . . .

Ayah, Ibu dan Keluargaku Tercinta

Yang telah berjuang dengan penuh keikhlasan, yang telah menorehkan segala kasih sayangnya dengan penuh rasa ketulusan tak kenal lelah dan batas waktu, yang selalu mendo'akan setiap harinya disetiap sujudnya demi kebahagiaan dan kesuksesan anak-anaknya. Untuk orang tuaku tercinta Ayahanda Gliath,S.T dan Ibunda Agustini,S.E, terima kasih telah melahirkan ulun, membesarkan ulun dan mendidik ulun dengan penuh keikhlas dan penuh kasih sayang, terima kasih atas semua kebaikan-kebaikan yang sejujung kuku pun anakmu tidak bisa membalasnya, semoga kebaikan-kebaikan kalian menjadi amal jariyah dan pahala perjuangan jihad, semoga mamah abah selalu dalam perlindungan Nya, selalu dalam dekapan kasih sayang Nya, semoga selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang, hingga dapat menyaksikan tumbuh kembangnya anak dan cucu-cucu dan mohon ampun atas kenakalan ulun mah' bah. Dan tak terlupakan ucapan terima kasih untuk keluarga ku tercinta yang tiada hentinya selama ini memberiku semangat dan do'a, dorongan nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat dalam melewati segala rintangan yang ada didepanku. Untuk saat ini hanya ucapan ribuan terima kasih dari hati yang tulus yang hanya bisa ulun ucapkan,... semoga Allah membalas segala kebaikan dan pengorbanan yang telah kalian berikan dan semoga Allah merahmati kita semua...
Aamiin

Keluarga KKN Kelompok 005 Desa Batu badinding

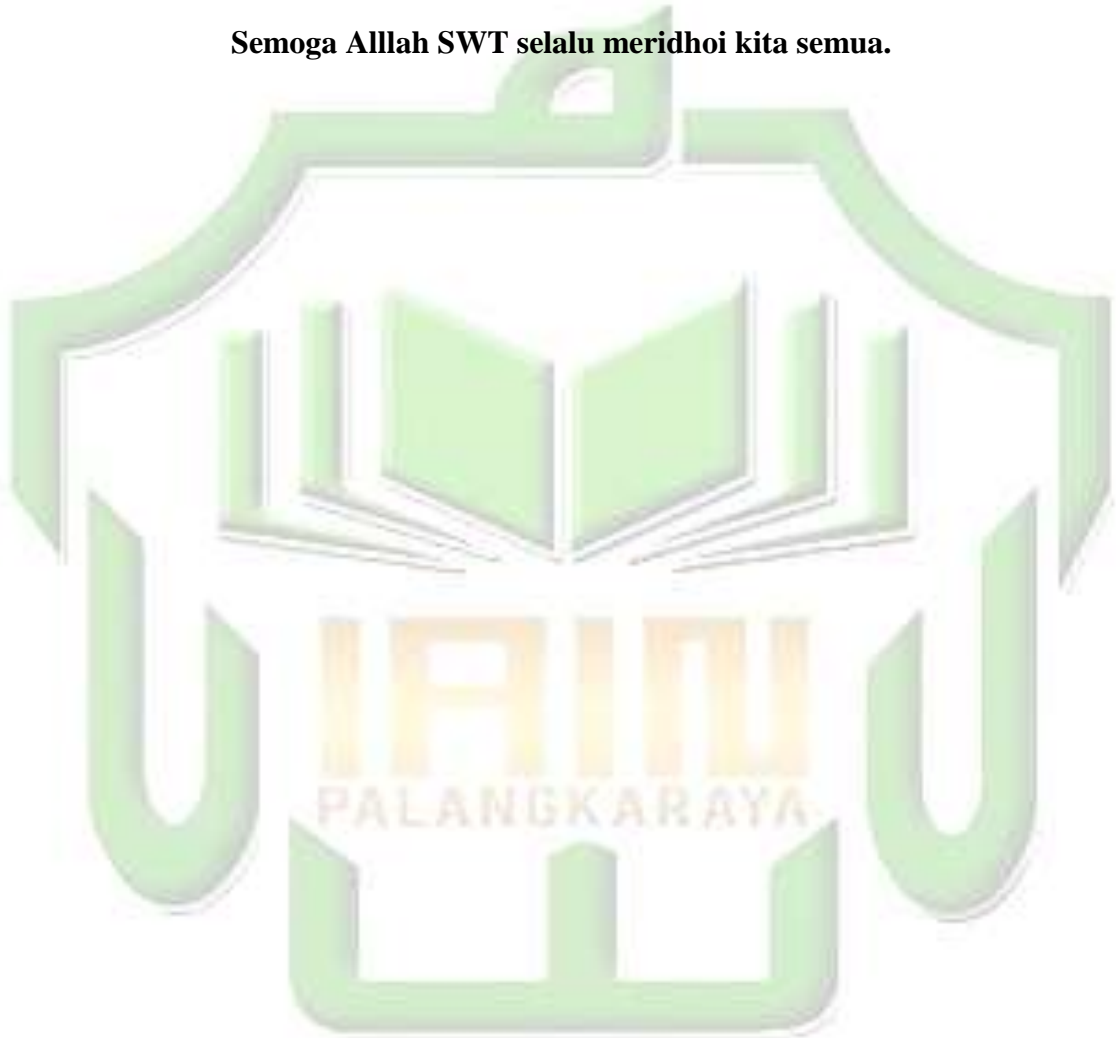
Teruntuk keluarga KKN ku Ciega Pratama Sulistio, Syarwani Abdani, Nur Bunga Widanty Pertiwi, Iin Muyasarah, Ikrima Erma Liani, Salmi Murwati, Nur Khotim Dwi Jayanti, Tri Wulandari. T erima kasih yang tak hingga yang tak bisa di ucapkan lagi dengan kata-kata, yang telah memberikan pengalaman yang luar biasa, yang menjadikan teman yang tak kenal menjadi sebuah keluarga yang luar biasa, dan menjadikan tim yang luar biasa....

Dan untuk warga Batu Badinding terima kasih telah menyambut kami pemuda-pemudi yang banyak bikin susah bikin repot dengan tangan yang hangat.

Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, trimakasih sudah turut memberikan kontribusi bantuan, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

Untuk almameter kebanggan ku (IAIN Palangka Raya)

Semoga Allah SWT selalu meridhoi kita semua.



DAFTAR ISI

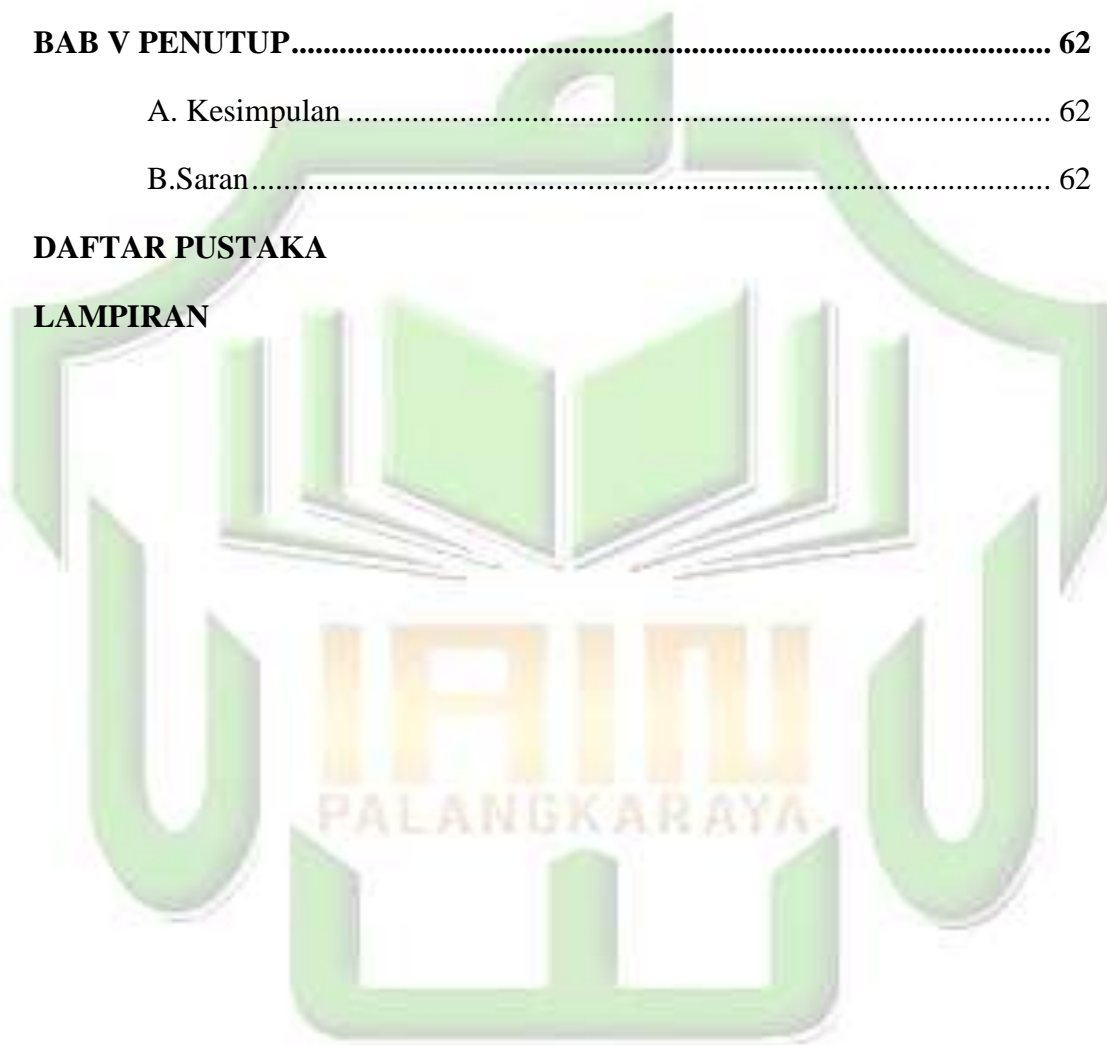
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	7
C. Kegunaan penelitian	7
D. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Deskripsi Teoritik.....	13
1. Pengertian Dan Definisi Pasar	14
2. Fungsi-Fungsi Pasar.....	15
a. Pasar sebagai Sarana Distribusi.....	15
b. Pasar sebagai Pembentuk Harga	15

c. Pasar sebagai Sarana Promosi	16
3. Jenis-jenis pasar Berdasarkan Waktunya	16
4. Jenis-Jenis Pasar Berdasarkan Wilayahnya.....	18
5. Ekonomi Masyarakat	19
C. Kerangka Berfikir	23
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	26
1. Waktu Penelitian.....	26
2. Lokasi Penelitian.....	26
3. Jenis Penelitian	26
4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
5. Validitas dan Reliabilitas	29
a). Uji Instrumen Penelitian	29
b). Reliabilitas	31
B. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Angket.....	33
2. Observasi	33
C. Uji Prasyarat Analisis.....	34
1. Uji Normalitas.....	34
D. Teknik Analisis Data.....	35
1. Konsep Pengukuran	35
E. Analisis Data	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
B. Hasil Analisis Data Penelitian.....	39

1. Karakteristik Responden.....	39
2. Penyajian Data	41
3. Penyajian Data Variabel Ekonomi Masyarakat (Y)	45
C. Hasil Analisis Data.....	48
1. Uji Normalitas Data	48
2. Analisis Regresi Berganda.....	50
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B.Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Table 2.1 Hasil dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.	11
Table 3.1 Keputusan Validitas Variabel X1 (Lokasi).....	30
Table 3.2 Keputusan Validitas Variabel X2 Penetapan Harga	30
Table 3.3 Keputusan Validitas Variabel Y Permintaan Produk.....	31
Table 3.4 Tingkat Keandalan Crobach Alpha.....	32
Table 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	32
Table 3.6 Kisi-kisi instrument.....	33
Table 4.1 Keragaman Responden Berdasarkan Usia	39
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	41
Table 4.4 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel lokasi (X1).....	42
Table 4.5 Data Interval variable lokasi (X1).....	43
Table 4.6 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Harga (X2).....	44
Table 4.7 Data Interval Variabel Harga (X2).....	45
Table 4.8 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat (Y)	46
Table 4.9 Data Interval Variabel Lokasi	47
Table 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	49
Table 4.11 Koefisien Variabel Lokasi (X1)Terhadap Variabel Y	51
Table 4.12 Anova Variabel Lokasi (X1) Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y)	52

Table 4.13 Model Summary Variabel Lokasi (X1) Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y)	53
Table 4.14 Coefisients Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Ekomomi Masyarakat Sekitar (Y)	54
Table 4.15 Anova Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y).	55
Table 4.16 Modal Summary Harga (X2) Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y).....	56
Table 4.17 Coefisients Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Ekomomi Masyarakat Sekitar (Y)	57
Table 4.18 Anova Variabel X1 dan Variabel X2 Secara Simultan Terhadap Variabel Y Ekonomi Masyarakat Sekitar.....	59
Table 4.19 Modal Summary Variabel X1 dan X2 Secara Simultan Terhadap Varaibel Y Permintaan Produk	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	23
Gambar 3.1 Perumusan Sampel	28
Gambar 3.2 Hasil Perhitungan Sampel	28
Gambar 4.1 Histogram	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian suatu negara maupun daerah tidak terlepas dari aktivitas perekonomian masyarakat, perekonomian tersebut terbentuk dari beberapa sektor usaha baik sektor formal maupun sektor informal dengan tujuan untuk mendapatkan penghasilan yang layak dalam memenuhi kebutuhan hidup serta untuk mensejahterakan anggota keluarganya.

Kehidupan sehari-hari masyarakat secara keseluruhannya akan selalu menghadapi persoalan-persoalan yang bersifat ekonomi, yang membuat mereka dituntut untuk selalu membuat keputusan yang tepat dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kondisi ekonomi yang meningkat setiap harinya sangat diharapkan seluruh masyarakat, sebab dengan kondisi ekonomi yang baik maka setiap kebutuhan keluarga dapat terpenuhi. Banyak pekerjaan yang sering dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi seperti, bertani, berdagang, dll.

Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun, disisi lain ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. Dengan demikian anggota masyarakat dewasa ini berlomba-lomba dalam meningkatkan tingkat pendapatannya. Untuk meningkatkan pendapatan seorang pedagang tidak

boleh menjalankan usahanya dengan cara-cara yang tidak baik. Pedagang atau pengusaha tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang dalam Islam. Misalnya menjual barang yang tidak layak dan mengatakan bahwa barang tersebut baik dan ketika barang tersebut langka, tidak boleh menjual dengan harga yang mahal.¹

Sistem ekonomi yang berkembang dewasa ini adalah sistem kapitalisme dan sosialisme. Sistem tersebut mengacu pada prinsip-prinsip yang sebenarnya bertentangan dengan Islam. Sementara ekonomi Islam yang lebih mempertimbangkan faktor nilai, karakter luhur manusia, keutuhan sosial dan pembalasan Allah di akhirat, dalam kacamata Islam kegiatan ekonomi tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi harus memiliki nilai ibadah. Islam memberikan pedoman bagi perilaku individu dan masyarakat ditujukan kearah bagaimana cara pemenuhan kebutuhan mereka, dengan menggunakan sumber daya yang ada.

Syari'at Islam mengatur semua sisi penting kehidupan dan menawarkan kesempurnaan hidup. Kehadiran syari'at Islam ditujukan untuk memenuhi semua tuntutan kehidupan, memerangi kemiskinan dan merealisasikan kemakmuran dalam semua sisi kehidupan manusia. Islam seperti telah disinggung di atas, menekankan akidah, ibadah, moral, syari'at, hukum, keputusan yang bijak dalam perdagangan.²

Islam memandang bahwa bumi dan segalanya isinya merupakan “amanah dari Allah” kepada manusia sebagai khalifah di bumi ini untuk

¹ Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, (Jakarta: Gema Insani Perss, 1997), hlm.

² Muh. Said, Pengantar Ekonomi Islam Dasar-Dasar Dan Pengembangannya, (Pekanbaru : Suska Press, 2008), h. 2.

dipergunakan sebesar-sebarnya bagi kesejahteraan umat manusia. Untuk mencapai tujuan yang suci ini, Allah tidak meninggalkan manusia sendiri. tetapi diberikannya petunjuk melalui para Rasul-Nya.

Pada petunjuk ini Allah berikan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik akidah, akhlak mau pun syari'at.³ Harta dalam pandangan orang Arab bermakna emas, perak dan hewan ternak. Sedangkan menurut terminologi syari'ah, harta merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai dan boleh dimanfaatkan serta kepemilikannya diperoleh dengan cara yang sesuai dengan syari'ah.⁴ Sedangkan harta secara sederhana mengandung arti sesuatu yang dapat dimiliki. Ia termasuk salah satu sendi kehidupan manusia di dunia, karena tanpa harta manusia tidak akan bertahan hidup. Oleh karna itu Allah SWT memerintahkan manusia memperolehnya, memilikinya dan memanfaatkannya bagi kehidupan manusia dan Allah SWT melarang berbuat sesuatu yang merusak dan meniadakan harta itu. Harta atau materi dalam pandangan Islam adalah sebagai jalan, bukan satu-satunya tujuan. Tujuan manusia mencari harta antara lain memenuhi fitrah dan nafsunya, mencukupi diri dan keluarga, membantu masyarakat dan mencari keridhaan Allah SWT, sebenarnya mencari harta merupakan fitrah manusia sejak diciptakan, tetapi dalam memenuhi tuntunan nafsunya harus dikendalikan dengan batasan syaria'ah dan menggunakan cara yang sesuai aturan-aturan syari'ah.

Harta dapat di peroleh melalui perdagangan, kemitraan, sewa, keahlian dan sebagainya. sebelum menjadi Nabi, Muhammad SAW dalam

³ Ahmad Izzan Dkk, Referensi Ekonomi Syari'ah Ayat-Ayat Al-qur'an Yang Berdimensi Ekonomi, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 38.

⁴ M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy And Ethich*, (Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h.169.

memperoleh modal dari janda kaya dan anak-anak yatim yang tidak dapat menjalankan sendiri bisnisnya berdasarkan prinsip kerjasama. Hal ini terjadi karena Nabi Muhammad sebagai orang yang jujur dan dapat dipercaya.⁵

Rasulullah SAW menganjurkan kita untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan jalan yang halal, karena sesungguhnya hal terbaik yang dimakan oleh seseorang adalah apa yang dia dapat dari hasil usahanya sendiri dan untuk anaknya serta keluarganya. Sesuai dengan sabda Rasulullah SAW :

“Dari Miqdam bin Ma’dikarib Az-Zubaidi, dari Rasulullah SAW bersabda: “ tidaklah seseorang mendapatkan sesuatu yang lebih baik daripada yang ia dapat dari hasil usahanya sendiri. Dan apa yang dinafkahkan oleh seseorang untuk dirinya, keluarganya anaknya, dan pelayannya adalah (bernilai) sedekah”⁶

Maka dari itu manusia diberi kebebasan berusaha dimuka bumi untuk memakmurkan kehidupannya, manusia sebagai khilafah fi al-ardh harus kreatif, inovatif, kerja keras dan berjuang. Bukan berjuang untuk hidup, tapi hidup ini adalah perjuangan untuk melaksanakan amanat Allah, pada hakikatnya untuk kemaslahatan manusia itu sendiri.⁷ Bentuk ibadah dalam Islam bukanlah hal mistik yang menghubungkan manusia dengan alam gaib, sehingga manusia dianggap mengerjakan sesuatu yang tidak berarti. Sesungguhnya seluruh ibadah dalam Islam dirancang sebagai bentuk

⁵ Ibid M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy And Ethich*, h. 174

⁶ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Sahih Sunan Ibnu Majah*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), cet-1, h. 294

⁷ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), cet-2, h.

pelatihan agar manusia mendapat akhlak yang benar, kebiasaan yang baik terpuji yang harus menghiasi kehidupannya sepanjang hayat.⁸

Rasulullah sendiri pada awalnya adalah seorang pebisnis, bahkan begitu juga dengan Khulafaurrasyidin dan kebanyakan sahabat lainnya. Sejalan usianya yang semakin dewasa, Muhammad SAW semakin giat berdagang, baik dengan modal sendiri, atau pun bermitra dengan orang lain. Muhammad SAW adalah seorang pedagang profesional dan selalu menjunjung tinggi kejujuran, maka dari itu ia dijuluki 'Al-amin' (yang terpercaya).⁹

Membuka usaha dengan jalan yang halal sangat terpuji, tidak merugikan orang lain, sesuai dengan syari'at-syari'at Islam. Pasar malam merupakan objek belanja yang terjangkau di kota Palangka Raya. Hal ini merupakan peluang bagi pedagang kaki lima dalam meningkatkan perekonomian mereka. Oleh karena itu, berdagang di kaki lima pasar malam yang di lakukan oleh masyarakat setempat sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Walaupun banyak saingan dengan pedagang yang telah menempati kios-kios akan tetapi mereka masih tetap berjualan di setiap pasar malam. Bahkan sebagian kecil pedagang masih melakukan penjualan dengan cara yang lama. Dalam wawancara dengan seorang pengunjung pasar malam, pedagang yang ada di pasar malam sangat membantu para pengunjung dalam memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh kebanyakan pengunjung, para pembeli mengaku terbantu dengan adanya pasar malam, para pembeli dapat menghemat waktu dan

⁸ Faisal badroen, Dkk. Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007) cet-2, h. 58.

⁹ P3EI UII Yogyakarta, Ekonomi Islam,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2008), Ed- 1, h. 302.

tanaga untuk membeli kebutuhan mereka.¹⁰ Tentang harga barang dagangan itu tidak jauh beda dengan harga pasaran, Persaingan yang ada pada pedagang kaki lima sangat bersaing dengan pedagang yang mempunyai modal yang besar. Kemudian penulis juga melakukan wawancara dengan salah seorang pedagang kaki lima di pasar malam bahwa usaha yang di jalankan sangat menguntungkan karena sangat membantu perekonomian mereka dan pedagang tanpa harus menyewa untuk dapat membuka usaha mereka.¹¹

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk karya ilmiah yang disusun dengan judul: “PENGARUH LOKASI USAHA DAN HARGA PASAR MALAM DI PALANGKARAYA TERHADAP EKONOMI MASYARAKAT SEKITARNYA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh lokasi usaha pasar malam di Palangkaraya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya?
2. Bagaimana pengaruh harga pasar malam di Palangkaraya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya?
3. Bagaimana pengaruh lokasi usaha dan harga pasar malam di Palangkaraya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya?

¹⁰ Siti Khasanah (Pengunjung pasar malam), wawancara, Palangkaraya 6 Februari 2018 jam 19.00

¹¹ Ruzilawati (Pedagang kaki lima pasar malam), wawancara, Palangkaraya 14 maret 2018 jam 19.30.

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi usaha pasar malam di Palangkaraya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga pasar malam di Palangkaraya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi usaha dan harga pasar malam di Palangkaraya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.

D. Kegunaan penelitian

- a. Penelitian ini sebagai tugas dan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan tentang Ekonomi Islam yang berkaitan dalam kehidupan bermasyarakat.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : Kajian pustaka terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berfikir, dan hipotesis

BAB III : Metode penelitian, terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, subyek dan obyek penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi gambaran lokasi penelitian : yaitu terdapat gambaran umum lokasi

penelitian kota Palangka Raya, juga berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan data pengaruh lokasi usaha pedagang kaki lima pasar malam di Palangka Raya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.

BAB V : Berisikan tentang kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengadakan kajian terhadap penelitian terdahulu. Bertujuan sebagai penguat skripsi ini, agar tidak terjadi plagiat dan kesamaan, karya ilmiah yang peneliti temukan berupa skripsi.

Yustinus Nugroho Budi Santoso¹² melakukan penelitian di Jalan Gejayan dan Jalan Malioboro untuk mengetahui "Apakah factor modal dan lokasi dapat mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan pedagang kaki lima dan apakah faktor tersebut dapat menimbulkan perbedaan pendapatan pedagang kaki lima di lokasi penelitian." Peneliti mengambil sebanyak 25 sampel di Jalan Gejayan dan 25 sampel di Jalan Malioboro. Selain itu peneliti menggunakan metode regresi linear sederhana dan korelasi linear sederhana untuk mengetahui apakah dari kedua variabel dependen tersebut yaitu modal dan lokasi berpengaruh terhadap variabel independen yaitu pendapatan pedagang. Dengan metode tersebut sehingga didapatkan hasil penelitian dimana faktor modal mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan pedagang kaki lima di Jalan Gejayan dan Jalan Malioboro. Sedangkan faktor lokasi menimbulkan perbedaan pendapatan antara pedagang kaki lima di Jalan Gejayan dan Jalan Malioboro.

¹² Yustinus Nugroho Budi Santoso, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kaki Lima Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima di Jalan Gejayan dan Jalan Malioboro Yogyakarta, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2001), skripsi tidak di terbitkan.

Erlangga Tahta Kusumanegara melakukan penelitian pada Baskin Robbins Ice Cream Mall ciputra Semarang untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang dalam melakukan pembelian di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang yang dilakukan secara acak.

Rosetyadi Artistyan Firdausa¹³ tertarik mengadakan studi di Pasar Bintoro Demak terkait dengan "Pengaruh modal awal, lama usaha, dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang." Dimana tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dan mengkaji tentang pengaruh faktor-faktor tersebut di atas terhadap tingkat pendapatan pedagang kios di pasar Bintoro Demak. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ekonometrika. Selain itu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, peneliti juga menggunakan teknik analisis data dengan metode kuadrat terkecil biasa. Dengan penggunaan metode dan teknik tersebut di atas, maka didapatkan hasil penelitian bahwa variabel bebas(modal awal) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (tingkat pendapatan) dapat diterima. Laba usaha secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan dapat diterima, serta variabel bebas (jam kerja) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (tingkat pendapatan) dapat

¹³ Rosetyadi Artistyan Firdausa, Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), skripsi tidak diterbitkan.

diterima. Sehingga kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu bahwa variabel bebas (modal awal, lama usaha, dan jam kerja) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (tingkat pendapatan).

Table 2.1 Hasil dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.

No	Penelitian/Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Yustinus Nugroho Budi Santoso, Apakah faktor modal dan lokasi dapat mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan pedagang kaki lima dan apakah faktor tersebut dapat menimbulkan perbedaan pendapatan.	Meneliti tentang pasar dan pedagang.	Penelitian ini meneliti factor modal dapat mempengaruhi pendapatan sedangkan penulis meneliti pengaruh lokasi usaha dan harga terhadap ekonomi masyarakat, Serta waktu dan tempat penelitian berbeda.

2.	Erlangga Tahta Kusumanegara	Meneliti tentang pasar dan pedagang.	Penelitian ini meneliti seberapa besar pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian
	seberapa besar pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian		seberapa besar pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, sedangkan penulis meneliti tentang pengaruh lokasi dan harga usaha terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya, Serta waktu dan tempat penelitian berbeda.

3	Rosetyadi Artistyan Firdaus, Pengaruh modal awal, lama usaha, dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang.	Meneliti tentang pasar dan pedagang.	Penelitian ini meneliti tentang bahwa modal awal, lama usaha, dan jam kerja berpengaruh poitif terhadap tingkat pendapatan pedagang, sedangkan penulis meneliti tentang pengaruh lokasi dan harga usaha pedagang kaki lima terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya, Serta waktu dan tempat penelitian berbeda.
---	---	--------------------------------------	---

B. Deskripsi Teoritik

Untuk lebih memudahkan dalam mempelajari teori dan memperoleh pengertian tentang apa yang difokuskan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu penulis kemukakan beberapa pengertian yang berkaitan dengan masalah diatas.

1. Pengertian pengaruh

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata pengaruh adalah daya yang ada atau timbul disuatu (orang,benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁴

Sedangkan didalam Kamus lengkap Bahasa Indonesia, kata pengaruh adalah daya yang ada dari sesuatu (orang, benda, dan sebagainya) yang ikut membentuk kepercayaan, watak/perbuatan seseorang.¹⁵

Menurut Hadi, mengemukakan bahwa Pengaruh disini diartikan mempunyai hubungan yang timbal balik antara dua variabel atau lebih. Sedangkan yang dimaksud hubungan timbal balik adalah hubungan dimana suatu variabel dapat menjadi sebab akibat dari variabel lainnya.¹⁶

Berdasarkan pengertian diatas dapat dipahami bahwa, pengaruh adalah kekuatan yang timbul dari sesuatu yang memiliki kemampuan dengan menunjukan suatu keadaan yang berbeda sebelum dan sesudah informasi diterima oleh penerima, adapun yang dimaksud pengaruh dalam penelitian ini merupakan hubungan timbal balik antara pedagang kaki lima pasar malam keliling menimbulkan adanya perubahan atau pengaruh positif terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

2. Pengertian Dan Definisi Pasar

Pengertian Pasar atau Definisi Pasar adalah tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa. Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi adalah

¹⁴ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 849

¹⁵ R. Suyoto Bakir, Sigit Suryanto, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Batam Centre: Karisma Publising Group, 2006, h. 438

¹⁶ Sutrisno Hadi, *metodologi reseach II*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1997, h. 20

kesepakatan dalam kegiatan jual-beli. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjual belikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

3. Fungsi-Fungsi Pasar

a. Pasar sebagai Sarana Distribusi

Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.

b. Pasar sebagai Pembentuk Harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar harga dari barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Dengan demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya telah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkannya, sedangkan pembeli telah memperhitungkan

manfaat barang atau jasa serta keadaan keuangannya.

c. Pasar sebagai Sarana Promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang/jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya pada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain, memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran, dan sebagainya. Banyaknya cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan kualitasnya bagus akan menjadi pilihan konsumen.¹⁷

4. Jenis-jenis pasar Berdasarkan Waktunya

Berdasarkan waktunya, jenis-jenis pasar dibagi menjadi lima yakni pasar harian, pasar mingguan, pasar bulanan, pasar tahunan serta pasar temporer atau sementara. Berikut merupakan penjelasan dan pengertiannya beserta definisi dan contohnya.

a. Pasar Harian

Pengertian pasar harian adalah pasar yang menjadi tempat pertemuan antara pembeli serta penjual yang dapat dilakukan setiap harinya. Pasar harian menjual berbagai jenis barang

¹⁷ file:///C:/Users/USER/Downloads/dwld%20jenis%20pasar.pdf(Kamis,19-09-2018,03:42).

kebutuhan konsumsi, kebutuhan jasa, dan juga kebutuhan produksi.

b. Pasar Mingguan

Pengertian pasar mingguan adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk bertransaksi yang hanya berlangsung sekali dalam seminggu. Contoh pasar mingguan adalah pasar kliwon, pasar pon, pasar wage, pasar pahing dan pasar legi.

c. Pasar Bulanan

Pengertian pasar bulanan adalah pasar yang hanya diselenggarakan satu kali dalam satu bulan dan biasanya menjual barang-barang tertentu. Pasar bulanan cukup jarang ditemukan dan hanya diadakan pada event tertentu. Contoh pasar bulanan adalah pasar awal bulan (buka tiap tanggal 1) yang ada di beberapa daerah.

d. Pasar Tahunan

Pengertian pasar tahunan adalah pasar yang hanya diselenggarakan satu kali dalam satu tahun. Pasar tahunan hanya diadakan pada hari besar atau event-event tertentu saja sekali dalam setahun. Contoh pasar tahunan adalah pasar pekan raya, pasar maulid dan lain-lain.

e. Pasar Temporer/Sementara

Pengertian pasar temporer atau pasar sementara adalah pasar sesaat yang terjadi ketika terdapat sebuah keramaian atau perayaan. Pasar temporer juga dikenal sebagai pasar kaget.

Contoh pasar temporer adalah pasar malam serta pasar yang ada saat ada perayaan ulang tahun atau pernikahan.

5. Jenis-Jenis Pasar Berdasarkan Wilayahnya

Berdasarkan wilayahnya, bentuk-bentuk pasar dibagi menjadi empat yakni pasar lokal, pasar daerah, pasar nasional dan pasar internasional. Berikut merupakan penjelasan dan pengertiannya beserta definisi dan contohnya.

a. Pasar Lokal

Pengertian pasar lokal adalah kegiatan pertemuan antara penjual dan pembeli yang hanya meliputi tempat tertentu saja. Barang-barang yang diperjualbelikan di pasar tersebut berupa barang keperluan sehari-hari. Contoh pasar lokal dapat ditemui di hampir tiap daerah.

b. Pasar Daerah

Pengertian pasar daerah adalah kegiatan pertemuan antara penjual dan pembeli yang meliputi wilayah tertentu, bisa kota, kabupaten atau provinsi. Pedagang-pedagang yang ada di pasar daerah biasanya para pedagang besar yang melayani pedagang-pedagang eceran. Contoh pasar daerah dapat ditemui dalam ruang lingkup kota, kabupaten atau bahkan provinsi.

c. Pasar Nasional

Pengertian pasar nasional adalah kegiatan pertemuan antara penjual dan pembeli yang meliputi wilayah negara. Barang-barang yang dijual di pasar nasional antara lain adalah barang konsumsi, barang produksi, surat berharga, saham, valuta asing dan modal.

Contoh pasar nasional adalah pasar modal, bursa efek, pasar bahan mentah dan lain-lain.

d. Pasar Internasional

Pengertian pasar internasional adalah kegiatan pertemuan antara penjual dan pembeli dari berbagai negara di seluruh dunia. Barang-barang yang diperdagangkan di pasar tersebut berupa komoditi yang diminati konsumen dalam lingkup internasional. Contoh pasar internasional adalah pasar yang menjual komoditi pasar global dalam lingkup dunia.¹⁸

6. Ekonomi Masyarakat

Dalam konteks permasalahan sederhana, ekonomi rakyat merupakan strategi “bertahan hidup” yang dikembangkan oleh penduduk masyarakat miskin, baik dikota maupun desa. Meningkatkan kesejahteraan, ekonomi merupakan kegiatan dalam pemberdayaan di masyarakat.

Ekonomi dapat diartikan sebagai upaya dalam mengelola rumah tangga. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui tiga kegiatan utama yaitu: produksi, distribusi, dan konsumsi. Pemenuhan hidup dengan kendala terbatasnya sumber daya, erat kaitannya dengan upaya meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan. Produksi, distribusi dan konsumsi, merupakan rangkaian kegiatan yang berlangsung secara terus menerus dan sering disebut sebagai proses yang berkesinambungan. Proses ini berjalan secara alamiah sejalan dengan perkembangan masyarakat dibidang sosial, ekonomi, budaya dan politik.

¹⁸ [https://www.haruspintar.com/jenis-jenis-pasar/\(Kamis,20-09=2018,03:45\)](https://www.haruspintar.com/jenis-jenis-pasar/(Kamis,20-09=2018,03:45)).

Secara ekonomi, proses alamiah yaitu bahwa yang menghasilkan (produksi) harus dinikmati (konsumsi), dan sebaliknya yang menikmati harus yang menghasilkan.¹⁹

7. Lokasi

Menurut Swastha "Lokasi atau Tempat adalah dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan". Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.²⁰

Lokasi merupakan salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum perusahaan mulai beroperasi. Penentuan lokasi yang tepat akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen. Kesalahan dalam pemilihan lokasi akan mengakibatkan biaya transportasi yang tinggi.

Lokasi bisnis perlu direncanakan dengan baik karena mungkin saja akan merugikan rencana bisnis yang akan dilakukan sehingga terdapat hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan lokasi ini :

Lokasi yang strategis merupakan faktor pendorong yang menjanjikan. Jika manajemen toko mampu memanfaatkan hal itu dengan baik, usaha toko akan mengalami kemajuan yang berarti.²¹ Lokasi merupakan hal yang krusial dalam keberhasilan bisnis . Sebuah area toko perdagangan adalah area yang mengelilingi toko, dimana

¹⁹ <http://digilib.uinsby.ac.id/12818/5/BAB%20II.pdf>(Kamis,20-09-2018,04:35).

²⁰ Swastha, Basu. *Azas-Azas Pemasaran*, Yogyakarta, Liberty. 2002 h. 24

²¹ Syihabudin & Sopia, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta : 2008, h. 79.

toko memiliki pelanggan-pelanggan utamanya. Keberadaan atau pemilihan area toko juga tergantung pada jenis barang yang diperdagangkan,. Pilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan. Misalnya, para pelanggan akan memilih bank yang paling dekat dengan rumah mereka.

8. Product (Produk)

Secara umum, produk didefinisikan sebagai “hal yang diproduksi oleh tenaga kerja atau usaha” atau “hasil dari suatu tindakan atau proses.” Kata “produk” berasal dari kata kerja “menghasilkan”, dari bahasa latin memproduksi “(untuk) memimpin atau melahirkan. “Sejak 1575, kata” produk “telah disebut sesuatu yang dihasilkan.

Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Dalam ritel, produk disebut barang. Dalam manufaktur, produk yang dibeli sebagai bahan baku dan dijual sebagai barang jadi. Komoditas biasanya bahan baku seperti logam dan produk pertanian, tetapi istilah juga dapat merujuk kepada sesuatu yang banyak tersedia di pasar terbuka..

Menurut **Jerome Mc-Carthy dalam Fandy Tjiptono** produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Produk merupakan semua yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan

atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide. Produk tidak berwujud adalah produk yang hanya dapat dirasakan secara tidak langsung sedangkan produk dikatakan berwujud adalah produk yang berupa barang dan bias dikatakan berwujud

9. Price (Harga)

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang membelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk (barang/jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen.

Penggunaan istilah “harga” umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Menurut **Jerome Mc-Carthy** dalam **Fandy Tjiptono** harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh konsumen.

10. Pasar Malam

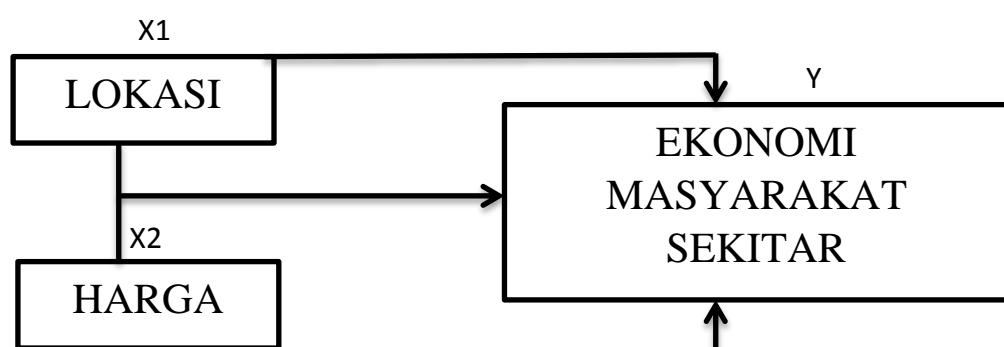
Pasar malam merupakan pasar yang sama dengan pasar tradisional hanya saja pasar malam dibuka dengan skala yang lebih kecil dari pada pasar tradisional umumnya. Didalam pasar malam ini para pedagang menjual berbagai macam produk seperti : kebutuhan dapur, jajanan anak-anak, wahana bermain anak-anak, berbagai macam pakaian anak-anak, remaja, hingga dewasa pun ada di pasar malam. Pasar malam yang kita ketahui di daerah kita adalah pasar mingguan menurut pasar berdasarkan waktunya.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variable yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Pertautan antar variabel tersebut selanjutnya dirumuskan kedalam bentuk [radigma penelitian.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha pedagang pasar malam dipalangkarya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya. Maka kerangka berfikir dalam penelitian ini penulis gambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Keterangan :

1. X_1 adalah variabel independen atau variabel bebas yaitu menghubungkan variabel pengaruh lokasi usaha dan harga pedagang pasar malam dipalangkaraya terhadap variabel ekonomi masyarakat sekitarnya.
2. X_2 adalah variabel independen atau variabel bebas yaitu menghubungkan variabel harga berpengaruh terhadap variabel variable ekonomi masyarakat sekitarnya.
3. Y adalah variabel dependen atau variabel terikat (ekonomi masyarakat sekitarnya)

D. Hipotesis

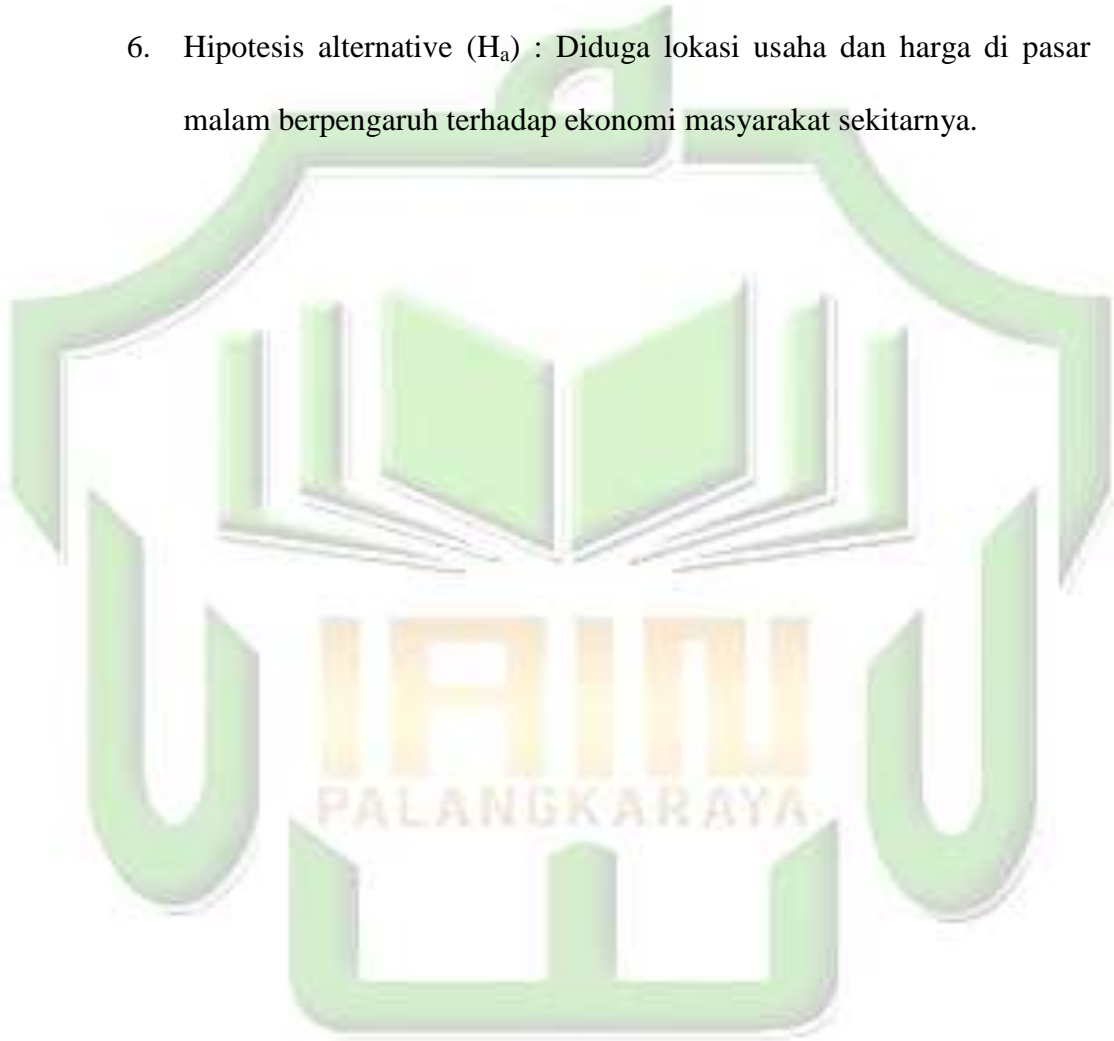
Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiaannya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik sebagai objek pengujiannya maupun dalam pengumpulan data.²²

Adapun bunyi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis nol (H_0) : Diduga lokasi usaha di pasar malam tidak berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.
2. Hipotesis alternative (H_a) : Diduga lokasi usaha di pasar malam berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.

²² M. Burhan Bugin *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2006, hlm.75.

3. Hipotesis nol (H_0) : Diduga harga di pasar malam tidak berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.
4. Hipotesis alternative (H_a) : Diduga harga di pasar malam berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.
5. Hipotesis nol (H_0) : Diduga lokasi usaha dan harga di pasar malam tidak berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.
6. Hipotesis alternative (H_a) : Diduga lokasi usaha dan harga di pasar malam berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang berjudul pengaruh lokasi usaha dan harga pedagang kaki lima pasar malam di Palangka Raya terhadap ekonomi masyarakat sekitarnya, dilaksanakan dari bulan September sampai bulan Oktober yaitu setelah peneliti mendapat surat rekomendasi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya untuk penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi pada beberapa pasar malam yang ada di kota Palangkaraya, yaitu pasar malam di Jl. G.Obos12, Jl.G.Obos9, Jl.Pilau, Jl.TjilikRiwut km.8, Jl.Soekarno, alasan karena sudah memiliki nama dalam mata masyarakat.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau bisa disebut dengan *field research* yakni dengan melakukan penelitian dan pengambilan data terhadap objek yang telah ditentukan dengan cara terjun kelapangan, dengan cara tersebut maka data yang akan di dapatkan akan akurat. Adapun permasalahan yang di utarakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode riset asosiatif. Menurut Supriyanto dalam buku metodologi riset

bisnis, dikatakan tujuan riset asosiatif ini untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.²³

4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.²⁴ Menurut Baley yang dikutip oleh **Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Janah**, populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti.²⁵

Adapun populasi dari penelitian ini yaitu para pelaku pasar malam di kota Palangka Raya yaitu para pedagang dan masyarakat sekitar pasar malam. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan bersumber dari masyarakat sekitar pasar malam langsung bahwa masyarakat sekitar sangat diuntungkan dengan adanya pasar malam, karena banyak keuntungan yang didapat dari adanya pasar malam tersebut.

Sementara itu jika kita hanya meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka penulis akan mengambil sampel dari populasi itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel

²³ Supriyanto, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2009, h. 118.

²⁴ Suharsimi Arinkunto, *Prosedur Penelitian "suatu pendekatan praktik"*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992, h.108.

²⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Janah, *Metode penelitian kuantitatif teori dan aplikasi*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2005, h.119.

yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).²⁶

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate random sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan apabila sifat atau unsur dalam populasi tidak homogen dan berstrata secara proporsional.²⁷ Berdasarkan data yang sudah didapatkan jumlah para pelaku pasar malam ± 200 , untuk pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus Taro Yamane yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.1 Rumus Pengambilan Sampel

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

d^2 : Nilai presisi yang ditetapkan.²⁸

Dengan demikian untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus di atas sebagai berikut:

Gambar 3.2 Hasil Perhitungan Sampel

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{200}{200 \cdot (0.05)^2 + 1} = \frac{200}{1.5} = 133$$

²⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* Cet. ke-16, Bandung: Alfabeta, 2012, h.116.

²⁷ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif "Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder"*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011, h. 76.

²⁸ Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 65.

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel yang akan dicari sebesar 133 orang responden dari 200 populasi para pelaku Pasar Malam.

5. Validitas dan Reliabilitas

a). Uji Instrumen Penelitian

Validitas Konstruk (*Construct Validity*), terkait dengan keabsahan data dalam penelitian kuantitatif, akan merujuk pada validitas butir instrumen dan validitas/skala. Valid bermakna kemampuan butir dalam mendukung konstruk dalam instrumen. Suatu instrument dinyatakan valid (sah) apabila instrument tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.²⁹

Sugiyono mengatakan bahwa setelah pengujian konstruk selesai dari para ahli, maka diteruskan uji coba instrumen. Instrumen yang telah disetujui para ahli tersebut dicobakan pada sampel dari mana populasi diambil. Setelah data didapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas ini dilakukan dengan analisis faktor yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen.³⁰

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 18.0, diperoleh hasil uji validitas yang diuji cobakan kepada 33 responden dengan jumlah pernyataan 4 item pernyataan untuk variabel X_1 , 4 item pernyataan untuk variabel X_2 , dan 4 item pernyataan untuk variabel Y .

²⁹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009, h.123.

³⁰ Riduwan, *Metode dan . . .* h. 109.

Table 3.1 Keputusan Validitas Variabel X1 (Lokasi)

Item	r_{hitung}	r_{tabel} $\alpha=0,05 ; n=133$	Keputusan
1	0.628	0.1432	Valid
2	0.463	0.1432	Valid
3	0.618	0.1432	Valid
4	0.396	0.1432	Valid

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 133 orang dan 4 item pernyataan variabel X_1 maka dinyatakan valid hal tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,1432.

Table 3.2 Keputusan Validitas Variabel X2 Penetapan Harga

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1	0.583	0.1432	Valid
2	0.526	0.1432	Valid
3	0.542	0.1432	Valid
4	0.497	0.1432	Valid

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 133 orang dan 4 item pernyataan variabel X_2 maka item pernyataan dinyatakan valid hal tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,1432.

Table 3.3 Keputusan Validitas Variabel Y Permintaan Produk

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
1	0,506	0,1432	Valid
2	0,548	0,1432	Valid
3	0,692	0,1432	Valid
4	0,593	0,1432	Valid

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 133 orang dan 4 item pernyataan variabel Y maka dinyatakan valid hal tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0.1432.

b). Reliabilitas

Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata reliability dalam bahasa inggris, berasal dari kata reliable yang artinya dapat dipercaya.³¹ Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.³² Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 18.0.

³¹ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006, h. 192.

³² Anas Sudjino, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta, Rajawali Press, 2010, h. 190.

Metode *Cronbach Alpha* mempunyai nilai yang harus dicapai atau nilai yang dikatakan reliabel yaitu:³³

Table 3.4 Tingkat Keandalan Cronbach Alpha

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
> 0,20 – 0,40	Agak Andal
> 0,40 – 0,60	Cukup Andal
> 0,60 – 0,80	Andal
> 0,80 – 1,00	Sangat Andal

Sumber: Johannes

Table 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.497	.497	12

Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa nilai Alpha sebesar 0.497, nilai ini dibandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0.1690. Kesimpulannya, $\text{Alpha} = 0.497 > r_{\text{tabel}} = 0,1432$ artinya item-item angket dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

³³ Johannes, *Uji Reliabilitas*, <http://konsultasspss.blogspot.co.id/p/uji-reabilitas.htm?m=1>, diakses pada tanggal 14 Agustus 2018.

B. Teknik Pengumpulan Data

Sehubungan dengan masalah penelitian, maka karakter populasi dan sampel penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data angket dan observasi.

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan/isian) untuk diisi langsung oleh responden seperti yang dilakukan dalam penelitian untuk menghimpun pendapat umum.³⁴

Table 3.6 Kisi-kisi instrument

No	Variabel	Indikator	Jumlah Pernyataan	No Pernyataan
1	Lokasi (X ₁)	Lokasi	4	1,2,3,4
2	Harga (X ₂)	Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	4	5,6,7,8
3	Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y)	Kebutuhan	2	10,12
		Lapangan Usaha	2	9,11

2. Observasi

Teknik observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan (laboratorium) maupun dalam situasi

³⁴ Abdurrahman Fathoni, *Metodologi penelitian dan Teknik Penulisan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006, h. 111.

alamiah atau sebenarnya (lapangan).³⁵ Cartwright & Cartwright mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Observasi dapat dilakukan dengan cara ikut berpartisipasi (observasi partisipan) dalam kegiatan yang diobservasi atau tidak.³⁶

Pada teknik ini peneliti mengadakan pengamatan langsung di lapangan. Adapun yang menjadi pengamatan langsung penulis adalah informasi para pedagang pasar malam dan masyarakat sekitar.

C. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

a. Pengertian Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau statistik nonparametrik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal.³⁷

Pengujian normalitas ini harus dilakukan apabila belum ada teori yang menyatakan bahwa variabel yang diteliti adalah normal. Dengan kata lain, apabila ada teori yang menyatakan

³⁵ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian: Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011, h. 85.

³⁶ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, Bandung: PT Refika Aditama, 2002, h. 209.

³⁷ Misbahuddin & Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke-2*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013, h. 278.

bahwa suatu variabel yang sedang diteliti normal, maka tidak diperlukan lagi pengujian normalitas data.³⁸

D. Teknik Analisis Data

1. Konsep Pengukuran

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1 sampai dengan 5. Setiap responden diminta untuk memberikan pendapat dan pandangan terhadap pertanyaan yang diajukan. Jawaban untuk setiap pertanyaan terdiri dari 5 kategori dengan skor sebagai berikut:

- a. 5 : SangatSetuju(SS)
- b. 4 : Setuju (S)
- c. 3 : Ragu-Ragu(R)
- d. 2 : Tidak Setuju(TS)
- e. 1 : Sangat Tidak Setuju(STS)³⁹

E. Analisis Data

1. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3).....(X_n) dengan satu variabel terikat.⁴⁰

Hipotesis:

³⁸ Ating Somantri & Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014, h. 289.

³⁹ Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistika untuk penelitian: pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 21

⁴⁰ Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010, h.154.

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel lokasi usaha (X_1) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 = Ada pengaruh antara variabel lokasi usaha (X_1) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel Harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 = Ada pengaruh antara variabel Harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel lokasi usaha (X_1) dan Harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 = Ada pengaruh antara variabel lokasi usaha (X_1) dan Harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Uji Hipotesisnya:

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel lokasi usaha (X_1) terhadap ekonomi masyarakat (Y).

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel Harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat (Y).

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel lokasi usaha (X_1) dan Harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat (Y).

2. Uji t (uji parsial)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri

terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t hitung.⁴¹ Tujuan uji t adalah untuk membandingkan (membedakan) apakah kedua variabel tersebut sama atau berbeda. Gunanya untuk menguji kemaampuan generalisasi hasil penelitian yang berupa perbandingan dua rata-rata sampel.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.⁴²

3. Uji F (serentak)

Tujuan uji F adalah untuk membandingkan lebih dari dua rata-rata. Gunanya untuk menguji kemampuan generalisasinya artinya data sampel dianggap mewakili data populasi. Anova lebih dikenal dengan Uji F (*Fisher Test*).⁴³

⁴¹ Anwar Hidayat, <https://www.google.co.id/amp/s/www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html/amp>, diakses pada tanggal 09 oktober 2018, pukul 20.27 WIB.

⁴² Yeni Herliani, "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya (Keluarga Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya)", Skripsi, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2016, h. 58, t.d

⁴³ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian . . .*, h. 132.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar malam adalah pasar yang diselenggarakan pada malam, dimulai dari pukul 17.00 – 21.30 WIB, pasar malam merupakan pasar yang sama dengan pasar tradisional hanya saja pasar malam dibuka dengan skala yang lebih kecil dari pada pasar tradisional umumnya. Didalam pasar malam ini para pedagang menjual berbagai macam produk seperti: kebutuhan dapur, jajanan anak anak, wahana bermain anak-anak, berbagai macam pakaian anak-anak, remaja, hingga dewasa pun ada di pasar malam.

Pasar malam ini mulai berdiri di Palangka Raya awalnya pada tahun 1990an, berlokasi di bundaran besar Palangka Raya. Namun sekarang pasar malam di bundaran besar ini sudah tidak ada lagi, karena lokasi nya ditengah kota dan mengganggu pengguna jalan, sehingga pada tahun 2000an pada pertengahan masa jabat gubernur Dr. Agustin Teras Narang, S.H pasar malam tersebut ditutup karna ada peraturan yang dikeluarkan pemerintah terkait larangan berjualan dan membuka pasar malam tersebut. Setelah beberapa lama pasar malam tersebut tutup, para pedagang kembali menghidupkan pasar malam dan mulai berdagang kembali di Jl. Yos Sudarso tepatnya didepan kantor TVRI cabang Palangka Raya, dan hingga saat ini pasar malam tersebut masih berlangsung.

B. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan status. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden.

a) Berdasarkan Usia

Table 4.1 Keragaman Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16 – 20	23	10%
21 – 25	35	30%
26 – 30	55	40%
Lebih dari 31 Tahun	20	20%
Total	133	100%

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel 1.4 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 16 - 20 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 10%, responden yang berusia antara 21 – 25 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase 30%, responden yang berusia antara 26 – 30 tahun sebanyak 40 orang dengan persentase 40%, dan responden yang berusia lebih dari 31 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase

20%. Berdasarkan karakteristik usia responden sebagian besar responden berusia 26 – 30 tahun yaitu sebesar 40%. Hal tersebut dikarenakan lokasi penelitian adalah pasar malam di Palangka Raya, sehingga sebagian responden berusia 26-30 banyak mengunjungi pasar malam.

b) Berdasarkan Jenis Kelamin

Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	43	30%
Perempuan	90	70%
Total	133	100%

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 2.4 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang ber jenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang dengan persentase 30%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang dengan persentase 70%. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang dengan persentase 68%. Hal tersebut dikarenakan perempuan lebih gemar berbelanja dibandingkan dengan laki-laki.

c) **Berdasarkan Status**

Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	Persentase
Wira Swasta	80	60%
PNS	53	40%
Total	133	100%

Berdasarkan karakteristik status responden pada tabel 3.4 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berstatus wira swasta sebanyak 60 orang dengan persentase 60%, dan responden berstatus sebagai PNS sebanyak 40 orang dengan persentase 40%. Berdasarkan karakteristik status responden sebagian besar responden berstatus wira swasta sebanyak 60 orang dengan persentase 60%. Hal tersebut dikarenakan populasi wira swasta lebih banyak dibandingkan PNS.

2. Penyajian Data

Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu harga sebagai variabel X_1 , lokasi sebagai X_2 , dan ekonomi masyarakat sekitar sebagai variabel Y , yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel X_1 , X_2 terhadap variabel Y , maka teknik yang digunakan adalah teknik analisis korelasi *pearson product moment* (r) dengan menggunakan program SPSS 18.0. dan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka di peroleh data sebagai berikut.

a. Penyajian Data Variabel X1

Table 4.4 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel lokasi (X1)

No	SS		S		R		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	18,79	30	22,55	51	38,34	4	3,0	0	0	133	100
2	30	22,55	69	51,87	32	24,06	2	1,5	0	0	133	100
3	32	24,06	63	47,36	35	26,31	3	2,25	0	0	133	100
4	46	34,58	58	43,60	29	21,80	0	0	0	0	133	100

Tabel diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 133 responden pasar malam.

Skor tertinggi sebesar 4,75 dan skor terendah adalah 3 kemudian jumlah rata-rata variable lokasi (X1) adalah 520,75 dibagi dengan jumlah sampel 133 adalah sebesar 3.91. Selanjutnya untuk mengetahui pada kualifikasi mana variabel lokasi tersebut adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 4.75

Rata-rata skor terendah = 3

$$\mathcal{R} = \frac{H-L}{5}$$

$$= \frac{4,75-3,25}{5} = 0,35$$

Perhitungan tersebut dapat diperoleh interval :

1. $4.75 - 5$ = Sangat Tinggi
2. $4.25 - 4.75$ = Tinggi
3. $3.75 - 4.25$ = Sedang
4. $3.25 - 3.75$ = Rendah
5. $2.75 - 3.25$ = Sangat Rendah

Table 4.5 Data Interval variable lokasi (X1)

No	Interval	Kategori	F	%
1	4.75 – 5	Sangat Tinggi	4	3.00
2	4.25 – 4.75	Tinggi	41	30.82
3	3.75 – 4.25	Sedang	62	46.61
4	3.25 – 3.75	Rendah	21	15.78
5	2,75 – 3.25	Sangat Rendah	5	3.75
Jumlah			133	100

Tabel diatas adalah data interval jenis produk pakaian yang didapatkan dari rata-rata jumlah yaang ada di tabulasi data jenis produk pakaian. Langkah selanjutnya adalah menentukan distribusi kategori dari jenis produk pakaian dengan cara jumlah total rata-rata dibagi dengan jumlah responden yaitu sebesar $520.75 : 133 = 3,91$. Dari hasil yang didapatkan sebesar 3,91 maka variable lokasi (X1) termasuk kategori sedang.

b. Penyajian Data Variabel Harga (X2)

Table 4.6 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Harga (X2)

No	SS		S		R		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	55	41.35	56	42.10	38	28.57	4	3.0	0	0	133	100
2	28	21.05	63	47.36	40	30.07	2	1.5	0	0	133	100
3	37	27.81	67	50.37	25	18.79	4	3.0	0	0	133	100
4	34	25.56	58	43.60	39	29.32	2	1.5	0	0	133	100

Tabel diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 133 responden Pasar Malam.

Skor tertinggi sebesar 5 dan skor terendah adalah 2,75 kemudian jumlah rata-rata Variabel harga (X2) adalah 524 dibagi dengan jumlah sampel 133 adalah sebesar 3,93. (Lihat: Lampiran 4). Selanjutnya untuk mengetahui pada kualifikasi mana Variabel harga tersebut adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 5

Rata-rata skor terendah = 2.75

$$\mathcal{R} = \frac{H-L}{5}$$

$$= \frac{5-2.75}{5} = 0.45$$

Perhitungan tersebut dapat diperoleh interval :

1. $4.75 - 5$ = Sangat Tinggi
2. $4.25 - 4.75$ = Tinggi
3. $3.75 - 4.25$ = Sedang
4. $3.25 - 3.75$ = Rendah
5. $2.75 - 3.25$ = Sangat Rendah

Table 4.7 Data Interval Variabel Harga (X2)

No	Interval	Kategori	F	%
1	4.75 – 5	Sangat Tinggi	4	3.00
2	4.25 – 4.75	Tinggi	34	25.56
3	3.75 – 4.25	Sedang	69	51.87
4	3.25 – 3.75	Rendah	21	15.78
5	2,75 – 3.25	Sangat Rendah	5	3.75
Jumlah			133	100

Tabel diatas adalah data interval penetapan harga yang didapatkan dari rata-rata jumlah yang ada di tabulasi data penetapan harga. Langkah selanjutnya adalah menentukan distribusi kategori dari penetapan harga dengan cara jumlah total rata-rata dibagi dengan jumlah responden yaitu sebesar $524 : 133 = 3,93$. Dari hasil yang didapatkan sebesar 3, 93 maka jenis produk pakaian termasuk kategori sedang.

3. Penyajian Data Variabel Ekonomi Masyarakat (Y)

Table 4.8 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat (Y)

No	SS		S		R		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	38	28.57	64	48.12	28	21.05	3	2.25	0	0	133	100
2	28	21.05	64	48.12	39	29.32	2	1.50	0	0	133	100
3	39	29.32	65	48.87	27	20.30	1	0.75	1	0.75	133	100
4	37	27.81	62	46.61	33	24.81	1	0.75	0	0	133	100

Tabel diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 133 responden pasar malam.

Skor tertinggi sebesar 5 dan skor terendah adalah 2.5 kemudian jumlah rata-rata Variable Ekonomi Masyarakat (Y) adalah 531.5 dibagi dengan jumlah sampel 133 adalah sebesar 3.99 Selanjutnya untuk mengetahui pada kualifikasi mana Variabel Ekonomi Masyarakat (Y) tersebut adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 5

Rata-rata skor terendah = 2.5

$$\mathcal{R} = \frac{H-L}{5}$$

$$= \frac{5-2.5}{5} = 0.5$$

Perhitungan tersebut dapat diperoleh interval :

1. $4.5 - 5$ = Sangat Tinggi
2. $4 - 4.5$ = Tinggi
3. $3.5 - 4$ = Sedang
4. $3 - 3.5$ = Rendah
5. $2.5 - 3$ = Sangat Rendah

Table 4.9 Data Interval permintaan produk

No	Interval	Kategori	F	%
1	4.5 – 5	Sangat Tinggi	27	20.30
2	4 – 4.5	Tinggi	59	44.36
3	3.5 – 4	Sedang	40	30.07
4	3 – 3.5	Rendah	4	3.00
5	2.5 – 3	Sangat Rendah	3	2.25
Jumlah			133	100

Tabel diatas adalah data interval permintaan produk yang didapatkan dari rata-rata jumlah yang ada di tabulasi data permintaan produk. Langkah selanjutnya adalah menentukan distribusi kategori dari permintaan produk dengan cara jumlah total rata-rata dibagi dengan jumlah responden yaitu sebesar $133 = 3.99$. Dari hasil yang didapatkan sebesar 3.99 maka Variabel Ekonomi Masyarakat (Y) termasuk kategori sedang.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik One Sample Kolmogorov dan grafik histogram. Adapun kriteria di dalam uji normalitas data adalah apabila apabila signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sedangkan apabila signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.⁴⁴

Berdasarkan uji normalitas data menggunakan SPSS 18.0 diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel lokasi, variabel harga dan ekonomi masyarakat sekitar adalah 0,434 Apabila dibandingkan dengan kriteria dalam uji normalitas data maka dapat disimpulkan nilai signifikansi kedua variable tersebut lebih dari 5% atau 0,05 maka dapat dinyatakan berdistribusi normal.

⁴⁴ Dwi Priyanto, *Metode belajar SPSS*,.....

Table 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

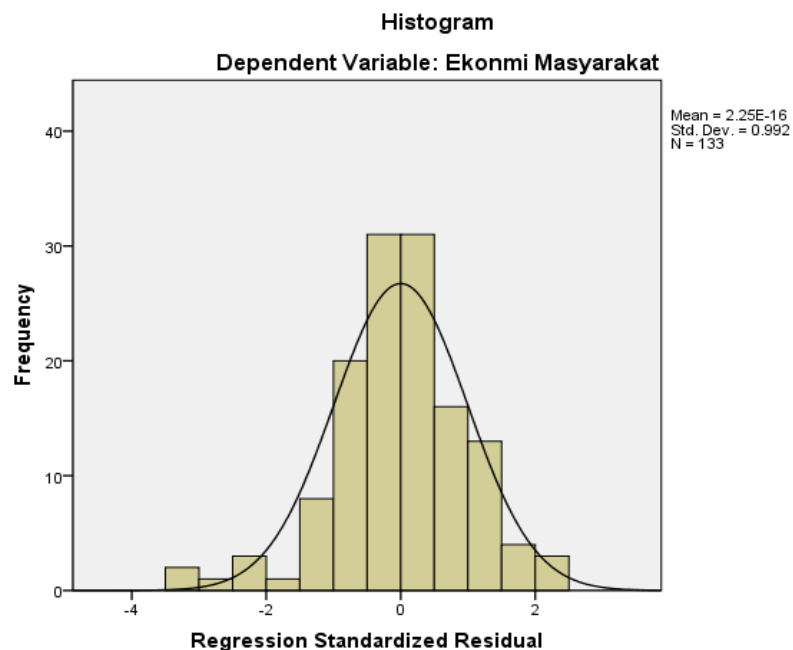
		Unstandardized Residual
N		133
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68318243
	Most Extreme Absolute Differences	.076
	Positive	.051
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.871
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.434

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0.434 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji berdistribusi normal.

Gambar 4.1 Histogram



Tabel di atas membentuk kurva normal dan sebagian besar batang berada di bawah kurva, maka variabel berdistribusi normal.

2. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software SPSS 18,0 for windows*.

a. Uji t (Uji Parsial)

1) Pengaruh Lokasi Pasar Malam (X1) Terhadap Ekonomi Masyarakat Sekitarnya(Y).

Table 4.11 Tabel Koefisien Variabel Lokasi (X1) Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.545	1.435		8.042	.000
Lokasi	.282	.091	.262	3.110	.002

a. Dependent Variable: Ekonomi Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 3.110 Apabila dilihat dalam dasar permintaan produk uji t yaitu :

H_0 : Variabel lokasi (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 : Variabel lokasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H_0 diterima dan H_1 ditolak, jika nilai t hitung < t tabel atau jika nilai sig. > 0,05.

H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel atau jika nilai sig. $< 0,05$.

Diketahui t hitung $3.110 > 1.65657$ dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X_1) berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Table 4.12 Tabel Anova Variabel Lokasi (X_1)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.604	1	28.604	9.673	.002 ^a
	Residual	387.366	131	2.957		
	Total	415.970	132			

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variable: Ekonomi Masyarakat

Diketahui dari output di atas nilai signifikan untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 9.673 Apabila menggunakan F tabel sebesar 1.65657 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $9.673 > 1.65657$

Berdasarkan keputusan Uji F apabila :

H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variable lokasi terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

H_1 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel lokasi terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H_0 diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

Berdasarkan kriteria uji F tersebut maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara jenis produk pakaian terhadap permintaan produk. Dan dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel ekonomi masyarakat sekitar.

Table 4.13 Model Summary Variabel Lokasi (X1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.262 ^a	.069	.062	1.71959

a. Predictors: (Constant), Lokasi

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,069 yang dapat diartikan bahwa variabel jenis produk pakaian mempunyai pengaruh sebesar 6.9 % terhadap variabel lokasi, sedangkan 93.1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel lokasi.

2) Pengaruh Harga Pasar Malam (X₂) Terhadap Ekonomi Masyarakat Sekitarnya(Y).

Table 4.14 Tabel Koefisien Variabel Harga (X₂) Terhadap Variabel Ekonomi Sekitar (Y).

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	12.048	1.426		8.448
	Harga	.250	.090	.236	2.776
					.000
					.006

a. Dependent Variable: Ekonomi Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 2.776. Apabila dilihat dalam dasar pengambilan keputusan uji t yaitu :

H_0 : Variabel harga (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 : Variabel harga (X₂) berpengaruh signifikan terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H_0 : diterima dan H_2 ditolak jika nilai t hitung $< t$ tabel
atau jika nilai sig. $> 0,05$.

H_0 : ditolak dan H_2 diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel
atau jika nilai sig. $< 0,05$.

Table 4.15 Tabel Anova Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.116	1	23.116	7.708	.006 ^a
	Residual	392.854	131	2.999		
	Total	415.970	132			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Ekonomi Masyarakat

Diketahui dari output di atas nilai signifikan untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 7.708. Apabila menggunakan F tabel sebesar 1.65657 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $7.708 > 1.65657$

Berdasarkan keputusan Uji F apabila :

H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel harga (X2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel harga (X2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Berdasarkan kriteria uji F tersebut maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel harga terhadap variabel ekonomi masyarakat sekitar. Dan dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel ekonomi masyarakat sekitar.

Table 4.16 Model Summary Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y)

Model Summary

Model	H R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.236 ^a	.056	.048		1.63390

a. Predictors: (Constant), Ekonomi Masyarakat

elitan ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0.056 yang dapat diartikan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh sebesar 5.6% terhadap variabel ekonomi masyarakat sekitar, sedangkan 94.4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel harga.

b. Uji F (Uji Serentak)

Table 4.17 Tabel Koefisien Variabel X1 dan Variabel X2 Secara Simultan Terhadap Variabel Ekonomi Masyarakat Sekitar (Y).

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.192	1.787		5.144
	Lokasi	.235	.092	.219	2.562
	Harga	.196	.091	.185	2.158

a. Dependent Variable: Ekonomi Masyarakat

Dari tabel koefisien regresi diperoleh ekonomi masyarakat sekitar komponen $a = 9.192$ dan harga komponen $b_1 = 0,235$ yang merupakan koefisien dari variabel lokasi (X_1), dan $b_2 = 0,196$ yang merupakan koefisien dari variabel harga (X_2). Harga merupakan besarnya harga Y apabila harga X_1 dan $X_2 = 0$,

Berdasarkan koefisien regresi ganda tersebut maka dapat diperoleh persamaan $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$ yang apabila

menggunakan tabel koefisien regresi maka $Y = 9.192 (Y) + 0,235 (X_1) + 0,196 (X_2)$

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung variabel jenis produk pakaian (X_1) sebesar 2,562 dan nilai t hitung variabel penetapan harga (X_2) sebesar 2.158. Apabila dilihat dalam dasar pengambilan keputusan uji t yaitu :

H_0 : Variabel okasi (X_1) dan harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

H_1 : Variabel lokasi (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H_0 diterima dan H_1 ditolak jika nilai t hitung $< t$ tabel atau jika nilai sig. $> 0,05$.

H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel atau jika nilai sig. $< 0,05$.

Diketahui nilai t hitung variabel lokasi (X_1) sebesar $2.562 < 3.07$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X_1) berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y) dan diketahui nilai t hitung variabel harga (X_2) sebesar $2.158 < 3.07$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y).

Table 4.18 Tabel Anova Variabel X1 dan Variabel X2
Secara Simultan Terhadap Variabel Y Ekonomi Masyarakat
Sekitar.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.000	2	21.000	7.300	.001 ^a
	Residual	373.970	130	2.877		
	Total	415.970	132			

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Ekonomi Masyarakat

Diketahui dari output di atas nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 7.300. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3.07 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $7.300 > 3.07$.

Berdasarkan keputusan Uji F apabila :

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variable lokasi dan variabel harga secara simultan terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

H_1 : Ada pengaruh signifikan antara variable lokasi dan variabel harga secara simultan terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H_0 : diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

H_0 : ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

Berdasarkan kriteria uji F tersebut maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara variable lokasi dan variabel harga terhadap ekonomi masyarakat sekitar secara bersama-sama atau serentak terhadap ekonomi masyarakat sekitar. Dan dapat disimpulkan bahwa lokasi dan harga berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

Table 4.19 Model Summary Variabel X1 dan X2 Secara Simultan Terhadap Variabel Y Permintaan Produk

Model Summary

Model H	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.318 ^a	.101	.087	1.69608

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0.101 yang dapat diartikan bahwa variabel lokasi dan variabel harga mempunyai pengaruh sebesar 10.1 % terhadap variabel permintaan produk, sedangkan 89.9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel lokasi dan variabel harga.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh lokasi usaha (X_1) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y) berdasarkan tabel koefisien maka dapat persamaan yaitu $Y = 11.545 + 0.282 X_1$, dimana model ini memiliki pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y sebesar 6.9%.
2. Pengaruh harga (X_2) terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y) berdasarkan tabel koefisien maka dapat persamaan yaitu $Y = 12.048 + 0.250 X_2$, dimana model ini memiliki pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y sebesar 5.6%.
3. Pengaruh lokasi usaha (X_1) dan harga (X_2) secara simultan atau bersama-sama terhadap ekonomi masyarakat sekitar (Y) berdasarkan tabel koefisien maka dapat persamaan yaitu $Y = 9.192 + 0.235 X_1 + 0.196 X_2$, dimana model ini memiliki pengaruh variabel X_1 dan variabel X_2 secara simultan terhadap variabel Y sebesar 10.1 %.

B. Saran

Peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini, oleh karena itu hasil penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna, namun demikian diharapkan dapat memberikan kontribusi. Peneliti berharap untuk ada penelitian lanjutan dengan judul

yang sama namun dengan variabel-variabel lain selain variabel lokasi usaha dan harga atau penelitian dengan penelitian yang berbeda yaitu kualitatif. Penelitian lanjutan diharapkan agar bisa mengetahui secara mendalam tentang variabel apa saja yang lebih berpengaruh dalam ekonomi masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ating Somantri & Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Anas Sudjino, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta, Rajawali Press, 2010.
- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi penelitian dan Teknik Penulisan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Perss, 1997),
- Muh. Said, *Pengantar Ekonomi Islam Dasar-Dasar Dan Pengembangannya*, (Pekanbaru : Suska Press, 2008).
- Ahmad Izzan Dkk, *Referensi Ekonomi Syari'ah Ayat-Ayat Al-qur'an Yang Berdimensi Ekonomi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006).
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Janah, *Metode penelitian kuantitatif teori dan aplikasi*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2005 .
- Faisal badroen, Dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana Prenada MediaGroup, 2007) cet-2.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian: Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.
- M. Burhan Bugin *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2006.
- M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy And Ethich*, (Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h.169.
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Sahih Sunan Ibnu Majah*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), cet-1.
- Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), cet-2.
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Misbahuddin & Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke-2*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif “Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder”*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011.

Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

P3EI UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), Ed- 1.

Swastha, Basu. *Azas-Azas Pemasaran*, Yogyakarta, Liberty. 2002 .

Syihabudin & Sopiah, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta : 2008.

Supriyanto, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2009.

Suharsimi Arinkunto, *Prosedur Penelitian “suatu pendekatan praktik”*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992.

Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistika untuk penelitian: pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* Cet. ke-16, Bandung: Alfabeta, 2012.

Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, Bandung: PT Refika Aditama, 2002.

Yeni Herliani, *“Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya (Keluarga Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya)”*, Skripsi, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2016.

Internet

Anwar Hidayat,
<https://www.google.co.id/amp/s/www/statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html/amp>, diakses pada tanggal 09 oktober 2018, pukul 20.27 WIB.

<file:///C:/Users/USER/Downloads/dwld%20jenis%20pasar.pdf> (Kamis, 19-09-2018, 03:42).

<https://www.haruspintar.com/jenis-jenis-pasar/> (Kamis, 20-09=2018, 03:45).

<http://digilib.uinsby.ac.id/12818/5/BAB%20II.pdf> (Kamis, 20-09-2018, 04:35).

Johannes, *Uji Reliabilitas*, <Http://konsultassps.blogspot.co.id/p/uji-reabilitas,htm?m=1>, diakses pada tanggal 14 Agustus 2018